

LIBREMENTE

UNA CO-PRODUCCIÓN DE **MERCADO LIBRE** Y CNN CHILE



**mercado
libre**



RESULTADOS

01



Informe de performance
CNN Chile

02



Impacto en imagen de
marca de Mercado Libre

1. Performance del programa:

LIBREMENTE

CHILE – FEBRERO 2021

**Actualizado al 31 de diciembre 2020*





TV
LINEAL

RENDIMIENTO SUPERIOR AL TOTAL DÍA SEGUNDO LUGAR EN TV PAGA EN SU HORARIO

CNN Chile	Personas 25-64 ABC			
TOTAL DÍA	Horario	Rat%	ATS	Posición Relativa
Sábado 07 de Noviembre	06:00-06:00	0,46	1:12:37	1°
Sábado 14 de Noviembre	06:00-06:00	0,33	1:04:08	2°
Sábado 21 de Noviembre	06:00-06:00	0,25	0:46:45	4°
Sábado 28 de Noviembre	06:00-06:00	0,20	0:38:17	5°
Sábado 05 de Diciembre	06:00-06:00	0,20	0:51:49	3°
Sábado 12 de Diciembre	06:00-06:00	0,15	0:42:22	11°
Sábado 19 de Diciembre	06:00-06:00	0,13	0:27:56	10°
Sábado 26 de Diciembre	06:00-06:00	0,20	0:38:35	6°
TOTAL		0,24	0:48:50	3°

CNN Chile	Personas 25-64 ABC			
Libremente (Sábado)	Horario	Rat%	ATS	Posición Relativa
Capítulo 1	23:04 – 00:10	0,64	0:19:53	1°
Capítulo 2	22:40 – 23:40	0,55	0:36:09	1°
Capítulo 3	22:45 – 23:50	0,49	0:47:53	5°
Capítulo 4	22:47 – 23:50	0,23	0:24:44	10°
Capítulo 5	22:40 – 23:42	0,35	0:52:21	5°
Capítulo 6	22:40 – 23:40	0,37	0:23:34	3°
Capítulo 7	22:44 – 23:46	0,19	0:08:52	20°
Capítulo 8	22:47 – 23:47	0,21	0:16:01	21°
TOTAL		0,39	0:26:29	2°

SE ALCANZA UN ATS QUE REPRESENTA EL 44% DE LA DURACIÓN DEL PROGRAMA.
PROGRAMA QUE IMPULSA A CNN CHILE A UN MEJOR RENDIMIENTO



TV
LINEAL

MUY BUEN RENDIMIENTO COMPARATIVAMENTE A 360° EL MODELO EN DEBATE

CNN Chile	Personas 25-64 ABC			
360° El Modelo en Debate	Horario	Rat%	ATS	Posición Relativa
Capítulo 1	J 22:30-00:00	0,87	0:33:19	2°
Capítulo 2	J 22:30-00:00	0,19	0:15:05	11°
Capítulo 3	J 22:30-00:00	0,42	0:27:28	6°
Capítulo 4	J 22:30-00:00	0,32	0:14:06	6°
Capítulo 5	J 22:30-00:00	0,44	0:24:24	4°
Capítulo 6	J 22:30-00:00	0,39	0:32:12	3°
Capítulo 7	J 22:30-00:00	0,05	0:06:10	34°
Capítulo 8	J 22:30-00:00	0,24	0:52:14	6°
TOTAL		0,37	0:24:27	3°

CNN Chile	Personas 25-64 ABC			
Libremente (Sábado)	Horario	Rat%	ATS	Posición Relativa
Capítulo 1	23:04 – 00:10	0,64	0:19:53	1°
Capítulo 2	22:40 – 23:40	0,55	0:36:09	1°
Capítulo 3	22:45 – 23:50	0,49	0:47:53	5°
Capítulo 4	22:47 – 23:50	0,23	0:24:44	10°
Capítulo 5	22:40 – 23:42	0,35	0:52:21	5°
Capítulo 6	22:40 – 23:40	0,37	0:23:34	3°
Capítulo 7	22:44 – 23:46	0,19	0:08:52	20°
Capítulo 8	22:47 – 23:47	0,21	0:16:01	21°
TOTAL		0,39	0:26:29	2°

SE ALCANZA UN ATS QUE REPRESENTA EL 44% DE LA DURACIÓN DEL PROGRAMA, MIENTRAS 360° ALCANZA UN 27%.



TV
LINEAL

RANKING PROGRAMAS CNN CHILE

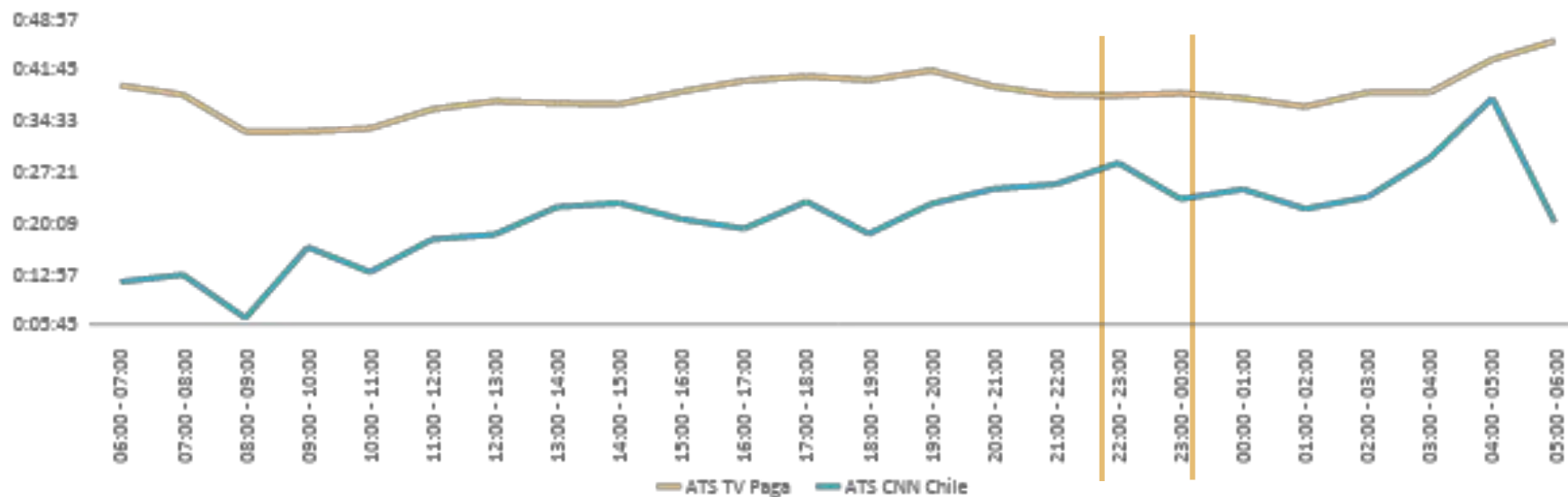
	02/11 al 27/12		Personas 25-64 ABC		
Ranking Programas	Programa CNN Chile	Horario	Rat%	% ATS	Posición Relativa
1°	Tolerancia 0	D 22:30 – 00:00	0,75	0:25:59 (29%)	1°
2°	Futuro 360	M 22:30 – 23:00	0,48	0:12:43 (42%)	3°
3°	Empresas 2050	S 22:00 – 22:30	0,47	0:18:31 (62%)	2°
4°	Desafío Tierra	M 23:00 – 23:30	0,46	0:15:05 (50%)	3°
5°	CHV Noticias Central	L-D 20:30 – 22:30	0,40	0:29:15 (24%)	2°
6°	Libremente	S 22:45 – 23:50	0,39	0:26:29 (44%)	2°
7°	360° El Modelo en Debate	J 22:30 – 00:00	0,37	0:24:27 (27%)	3°
8°	Agenda Económica	L-V 20:00 – 20:30	0,37	0:14:33 (49%)	2°
9°	Influyentes	D 19:30 – 20:30	0,34	0:26:00 (43%)	3°
10°	Última Mirada	L-J 00:00 – 01:00	0,30	0:17:44 (30%)	2°
11°	Conexión Global	W 22:30 – 23:30	0,29	0:16:07 (27%)	5°
12°	CHV Noticias Tarde	L-D 13:00 – 15:30	0,24	0:28:44 (19%)	3°
13°	CNN Magazine	V 22:30 – 23:00	0,22	0:11:08 (37%)	7°
14°	CHV Noticias AM	L-V 07:00 – 08:30	0,11	0:15:40 (17%)	2°

BIEN POSICIONADO EN EL RANKING DE PROGRAMAS DE CNN CHILE, MANTENIENDO TAMBIÉN UN ALTO PORCENTAJE DE TIEMPO PROMEDIO CONSUMIDO RESPECTO DE LA DURACIÓN TOTAL DEL PROGRAMA



TV
LINEAL

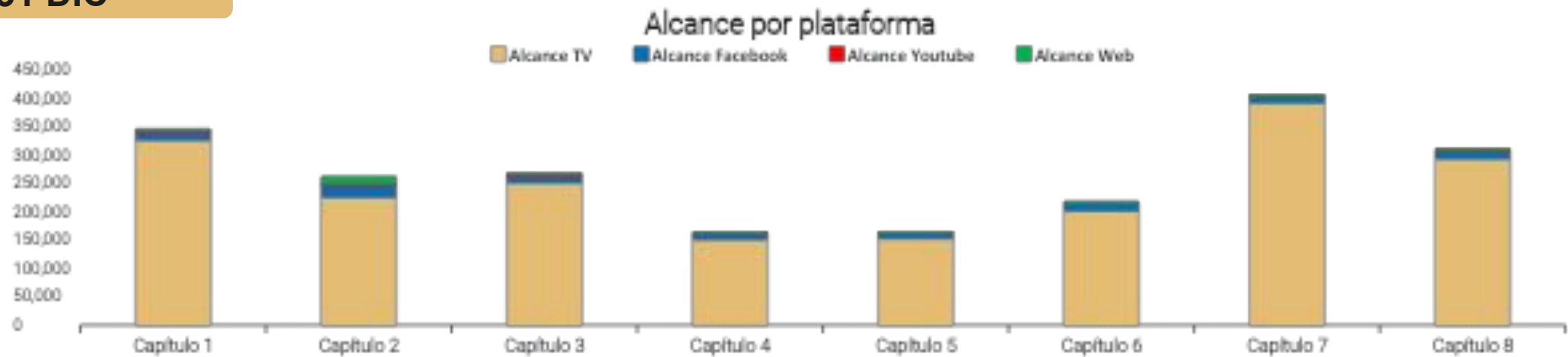
EN EL HORARIO DE LIBREMENTE, CNN CHILE ES EL SEXTO CANAL DE TV PAGA CON MAYOR ATS, Y ENTRE ESOS 6 CANALES, ES EL DE MAYOR RATING



SI DIVIDIMOS EL DÍA EN BLOQUES DE 1 HORA, EL PROMEDIO DE VISIONADO DE CNN CHILE ES DE 00:21:04 EL DÍA SÁBADO, POR LO QUE LIBREMENTE SE ENCUENTRA POR SOBRE ESTE PROMEDIO (00:26:29).

ALCANCE LIBREMENTE EN TV – YOUTUBE – WEB

07 NOV – 31 DIC



ALCANCE POR PLATAFORMA

LIBREMENTE	TV Pagada	Youtube	Facebook (links a web)	Web
Capítulo 1	325.437	4.199	13.588	471
Capítulo 2	224.946	4.062	20.340	11.635
Capítulo 3	250.160	3.918	11.735	733
Capítulo 4	150.503	1.126	10.404	883
Capítulo 5	152.215	654	9.929	409
Capítulo 6	200.917	485	14.354	218
Capítulo 7	390.880	1.311	11.354	362
Capítulo 8	292.512	2.755	13.750	335
Total plataforma	1.711.952	16.652	94.686	13.722

+

LIBREMENTE	Highlights (32 cápsulas)	Instagram (invitación a ver el programa)			
Contenido adicional	36.095	42.943	25.899	21.275	43.073
	40.363	41.158	22.380	27.458	29.248
	5.415	40.361	21.485	42.207	27.516
	41.015	32.073	21.583	28.745	31.063
	50.584	32.844	32.093	25.180	25.112
	33.871	26.654	20.840	42.967	31.893
Total plataforma	16.163	19.705	20.702	34.126	28.797
	36.875	20.678	27.213	53.435	
Total plataforma	930.461	827.175			

=

ALCANCE DESDUPLICADO 3.044.457

Fuente: Kantar Ibope Media Individuos 4+ / Socialbakers. Estimación mediante fórmula Sainsbury proyectando universos a nivel censal. No incluye datos de banners y preroll.

PERFORMANCE LIBREMENTE EN RRSS Y WEB □ LOGO + BANNER SPONSOR

07 NOV – 31 DIC

RESUMEN POR CATEGORÍA

FACEBOOK

IMPRESIONES	151.127
ALCANCE	146.971

TWITTER

IMPRESIONES	973.328
-------------	---------

YOUTUBE

VIDEO VIEW COUNT	14.423
------------------	--------

IGTV + INSTAGRAM

IMPRESIONES IG	912.879
ALCANCE IG	880.608

IEWS IGTV	30.553
-----------	--------

Formato

Logo + Banner sponsor

Impresiones banner totales	940.031
Total de clics	1.067
CTR total	0,1%

RESUMEN PV

PAGE VIEWS SITIO

https://www.cnnchile.com/libremente/	22.921
---	--------

YOUTUBE: MÁS DE 2.300 VIEWS PROMEDIO POR CAPITULO CON UN PEACK DE 4.500 VIEWS.

FB+IG+TW: 2.037.334 IMPRESIONES, 1.027.579 ALCANCE TOTAL.

PAGE VIEWS SITIO: 22.921 INGRESOS EN EL CONTENIDO DE LA SECCION DE MERCADO LIBRE, MUY POR SOBRE EL PROMEDIO QUE ESTA CERCANO A LOS 8.000 PAGE VIEWS EN UNA SECCION COMERCIAL.

DESTACADOS LIBREMENTE

- ✓ LIBREMENTE, A PESAR DE VOLATILIDADES PROPIAS DE TV PAGA, EN PROMEDIO SE UBICA EN SEGUNDA POSICIÓN EN SU HORARIO, CON UN RATING SUPERIOR A UN PROGRAMA SIMILAR EN CNN CHILE COMO ES 360° EL MODELO EN DEBATE, Y SUPERIOR TAMBIÉN EN 63% AL PROMEDIO DEL CANAL (0,24 VS 0,39) . POR LO TANTO ES UN PROGRAMA QUE **APORTA A SOSTENER EL ALTO DESEMPEÑO QUE EL CANAL HA TENIDO EN 2020.**
- ✓ CONSIDERANDO ENTRE OTROS FACTORES EL NIVEL DE DIFUSIÓN QUE SE LE DA AL PROGRAMA VERSUS OTROS DEL CANAL, MANTIENE UN BUEN **SEXTO LUGAR DENTRO DEL RANKING DE PROGRAMAS DE CNN CHILE.**
- ✓ CONSIDERANDO SOLO TV PAGA, EL PROGRAMA, CON SUS REPETICIONES LOS DOMINGOS Y MARTES, ALCANZA 1.711.952 PERSONAS ÚNICAS, LO CUAL **REPRESENTA EL 17% DEL UNIVERSO** PROYECTADO DE PERSONAS CON ACCESO A TV PAGA.
- ✓ AL HACER APERTURA MULTIPLATAFORMA, EL PROGRAMA Y LOS CONTENIDOS ASOCIADOS A ESTE, ALCANZAN UN TOTAL DE 3.044.457 PERSONAS ÚNICAS, LO CUAL **REPRESENTA EL 16% DE LA POBLACIÓN DEL PAÍS** PROYECTADA POR EL INE.



2. Impacto en Imagen de Marca

Ver



Informe Brand Guidance
Report Q4 2020 de Kantar



2.1 Brand Guidance Report

CHILE Q4 2020



**mercado
libre**

KANTAR



DISEÑO METODOLÓGICO



QUIÉNES

entre 18 y 50 años, de NSE amplio, usuarios de Internet desde hace 6 meses o más y que navegan más de 3 horas por semana.



DÓNDE

CHILE.



CÓMO

600 Entrevistas autoadministradas vía panel online.



CUÁNDO

Q4'20: Del 01/Oct al 18/12 '20 vs

Q3'20: Del 1/Jul al 15/Sep '20

Q2'20: Del 2/Abr al 15/Jun '20

Q1'20: 20/Ene al 17/Mar '20

Q4'19: Del 25/Nov al 04/Dic '19

Q3'19: Del 12 al 23 de Sep '19

Q2'19: Del 5 al 15 de Julio '19

Q1'19: Del 15 al 22 de abril '19.

MUESTRA TOTAL Q4'20

Male 50

Female 50

18 - 25 años 29

26 - 35 años 38

36 - 50 años 32

Alto: ABC1 20

Medio: C2C3 38

Bajo: D 42

Ciudad: Santiago 66

Interior: La Serena +
Concepción + Valparaíso 34

RESUMEN OLA KANTAR Q4

**ZOOM SÓLO A ATRIBUTOS AFINES A LIBREMENTE*



mercado
libre

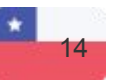


Resumen Q4:

- ✓ Alcanza un nuevo récord de **Top of Mind** y **Brand Power**, desde el atributo de Meaningful (relevancia).
- ✓ Crecimiento sostenido en **Brand Image** y **Brand Power**, llegando a su mejor valor.
- ✓ Fortalece todos los **pilares de imagen** vs. año anterior.



mercado
libre



TOP OF MIND (%)

		GÉNERO		EDAD			NSE			PLAZAS	
(%)	M.Total	Masculino	Femenino	18 a 25	26 a 35	36 a 50	Alto	Medio	Bajo	CIUDAD	INTERIOR
	22✓	26✓	18▲✓	25✓	22✓	20✓	20✓	22✓	23✓	23✓	21✓
OTROS COMPETIDORES	13□□	12□□	14	13□□	12	14	12□□	14	13	10□□	19
	10	7	12	5▼	12	11	10	11	9	10	10
	9✓	13✓	4▼	10	8	8	9	9	8✓	11✓	4
	8	7	9	9	6□□	10	7	7	9	7	9
	7	6	8	7	7	6	11	7	6	7	7
	4	4	3▼	2	4	4	7	3	3	4	3
	3	4	2	3	4	3	2	4	2	4✓	2
Bases	600	299	301	175	230	195	120	227	253	399	201

CIUDAD: Santiago

INTERIOR: La Serena + Concepción + Valparaíso

Se fortalece la Imagen de Marca, registrando su mayor valor en Q4. Algunos atributos destacados:

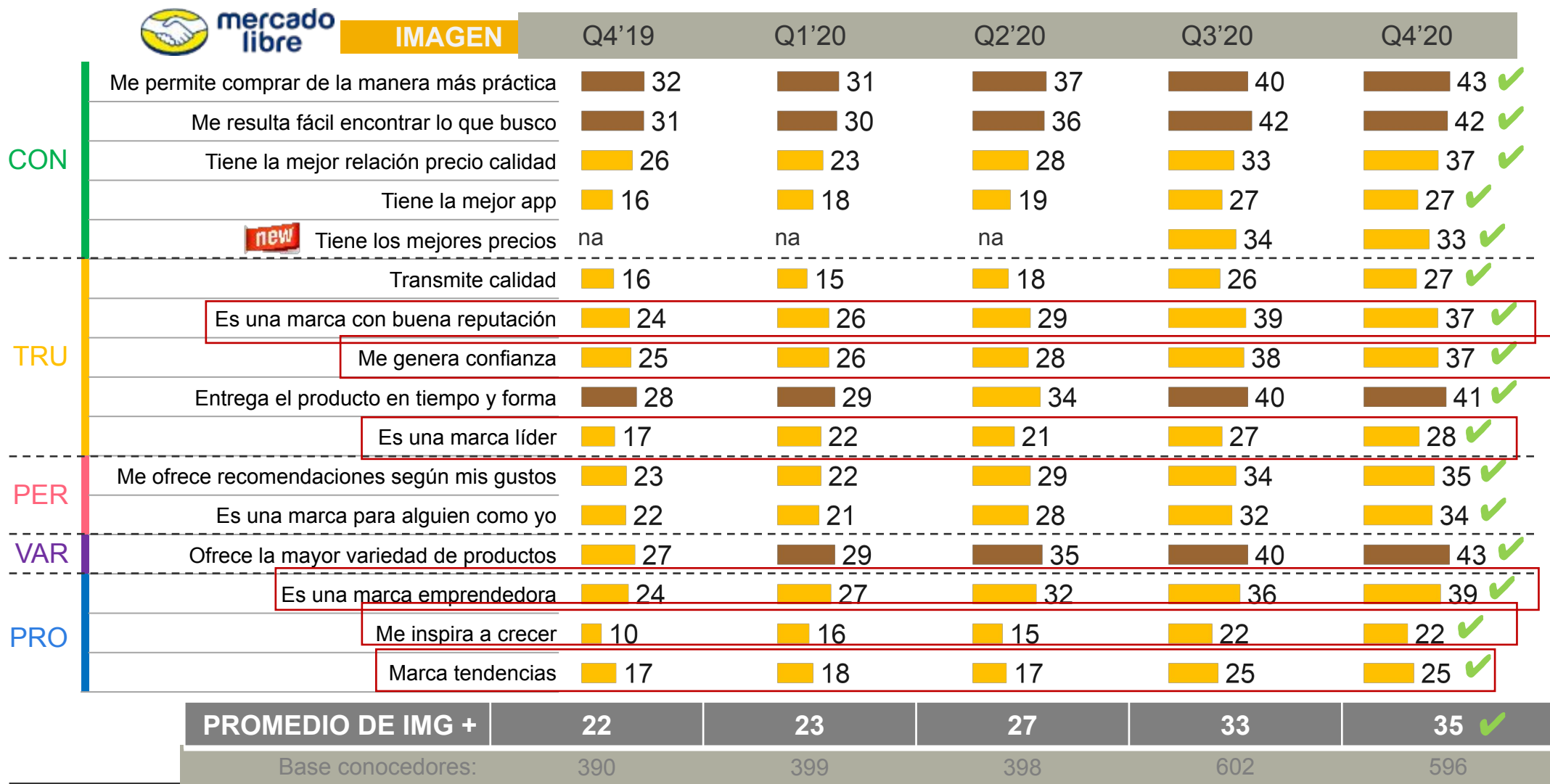
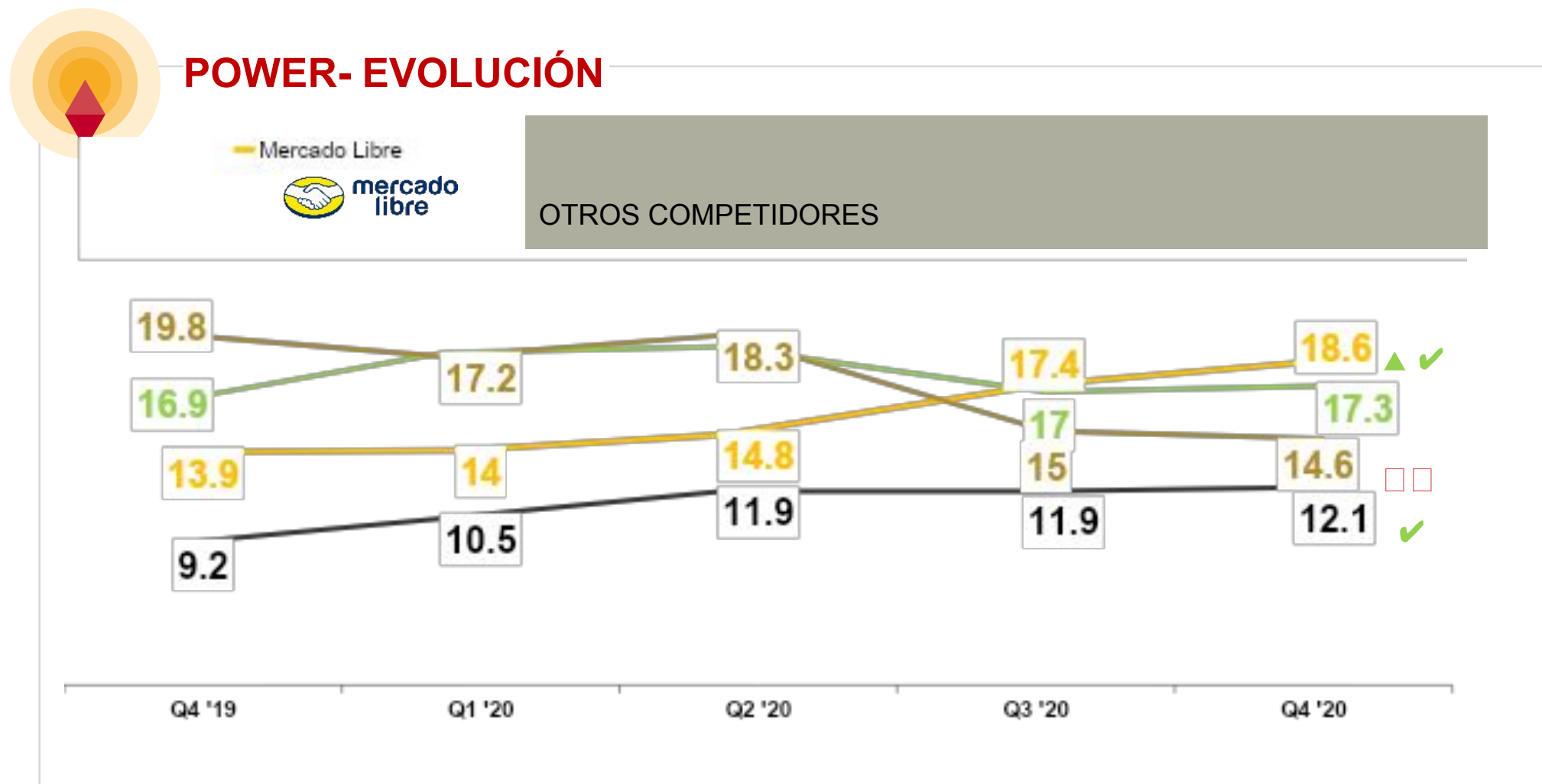


IMAGEN %



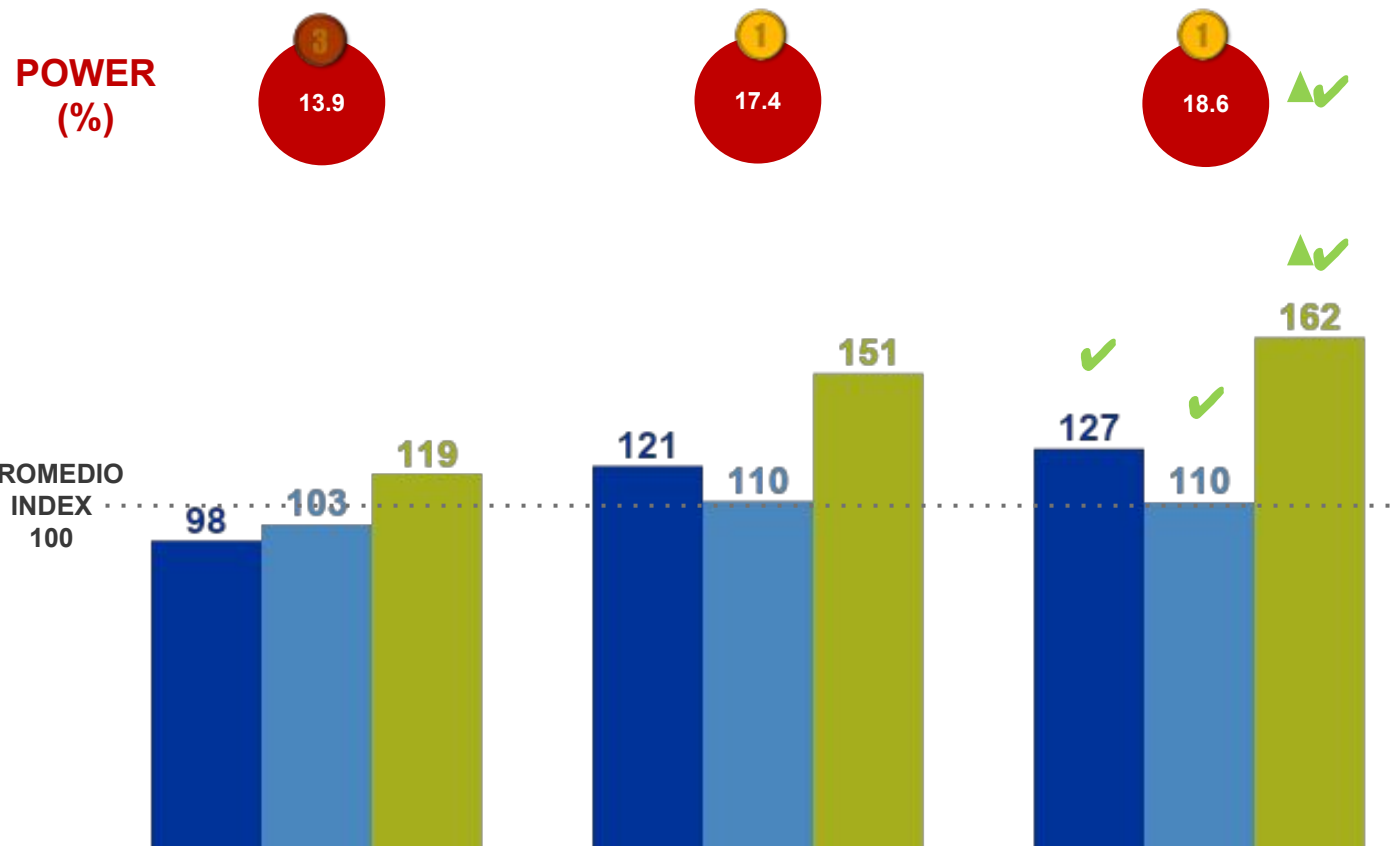
		TOTAL	GÉNERO (%)		EDAD (%)			NSE (%)			PLAZAS (%)	
			HOMBRES	MUJERES	18-25	26-35	36-50	ALTO	MEDIO	BAJO	CIUDAD	INTERIOR
CON	Me permite comprar de la manera más práctica	43 ✓	44 ✓	42 ✓	45 ✓	43 ✓	43 ✓	36	39	50 ▲ ✓	43 ✓	43
	Me resulta fácil encontrar lo que busco	42 ✓	43	41 ✓	39 ✓	45 ✓	41	36	38	49 ✓	40 ✓	46 ✓
	Tiene la mejor relación precio calidad	37 ✓	40 ✓	35 ✓	38 ✓	38 ✓	36	31	36 ✓	42 ▲ ✓	38 ✓	37
	Tiene la mejor app	27 ✓	29 ✓	25 ✓	23	32 ✓	25 ✓	25	22	33 ✓	27 ✓	28
	Tiene los mejores precios	33	34	31	33	32	34	24	32	38	32	34
TRU	Transmite calidad	27 ✓	30 ✓	23 ✓	27 ✓	28 ✓	24	19	28 ✓	29 ✓	27 ✓	26
	Es una marca con buena reputación	37 ✓	38 ✓	36 ✓	36	37 ✓	38 ✓	30	38 ✓	40 ✓	37 ✓	38 ✓
	Me genera confianza	37 ✓	38	36 ✓	38 ✓	38 ✓	37	31	33	44 ✓	36 ✓	41 ✓
	Entrega el producto en tiempo y forma	41 ✓	44 ✓	39 ✓	40 ✓	41	43 ✓	32	42 ✓	45 ✓	41 ✓	43
	Es una marca líder	28 ✓	32 ✓	24 ✓	24	27	32 ✓	20 ▼	31 ✓	29 ✓	29 ✓	25
PER	Me ofrece recomendaciones según mis gustos	35 ✓	38 ✓	33 ✓	36 ✓	37 ✓	32 ✓	29	33 ✓	41 ▲ ✓	36 ✓	35
	Es una marca para alguien como yo	34 ✓	35 ✓	33 ✓	33 ✓	35 ✓	35 ✓	28	33	39 ▲ ✓	34 ✓	35
VAR	Ofrece la mayor variedad de productos	43 ✓	43 ✓	43 ✓	41 ✓	48 ✓	40 ✓	38	39 ✓	49 ▲ ✓	42 ✓	45 ✓
PRO	Es una marca emprendedora	39 ✓	38 ✓	39 ✓	38 ✓	41 ✓	36 ✓	31	41 ✓	40 ✓	39 ✓	38
	Me inspira a crecer	22 ✓	25 ✓	20 ✓	20 ✓	25 ✓	20 ✓	14	22 ✓	26 ✓	23 ✓	21
	Marca tendencias	25 ✓	29 ✓	21	24	27	24	20	26	26 ✓	26 ✓	24
PROMEDIO DE IMG +		34 ✓	36 ✓	33 ✓	33 ✓	36 ✓	34 ✓	28	33	39 ✓	34 ✓	35
Base conocedores:		596	196	299	172	230	194	118	227	251	397	199

La mayor presencia mental, familiaridad e Imagen impulsan el Power de Mercado Libre a su “peak” histórico, pasando a liderar:



La mejoría en los pilares más importantes impacta muy claramente en Meaningful (relevancia de la marca):

BRAND DIMENTIONS



- La mayor presencia en la mente de los usuarios, en línea con una sostenida estrategia en medios, permitió seguir avanzando en Saliencia.
- Además de mantener lo logrado en imagen, ML muestra una tendencia positiva en Convenience, Variety y Progress, logrando un nuevo peak histórico en **Meaningful (relevancia de la marca)**.

LIBREMENTE

UNA CO-PRODUCCIÓN DE **MERCADO LIBRE** Y CNN CHILE



**mercado
libre**